出版单位学术出版的知识服务转型策略

摘　要：从出版的本质分析，它是信息提供方将信息内容传递给信息需求方的活动或过程。随着人们感到从书本、光盘等渠道获取知识越来越单一化，并且希望出版企业能够满足自己的个性化信息产品需求，传统出版企业必须认清现实，从内容、技术、营销、技术等多个方面进行转型，这样才能实现未来健康发展。

关键词：学术出版单位；知识服务；转型
中图分类号：G237.5　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）12-096-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.028
本文著录格式：佟謤 . 出版单位学术出版的知识服务转型策略 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：96-98.

文 / 佟謤

1. 专业领域知识服务的内涵

1.1 学术出版与知识服务

学术出版是一种服务于专业领域的特定读者，主要表现为以期刊出版、数字出版和图书出版为主要形式的出版活动，它建立在学术以及准学术内容基础之上，主要由具备专业知识的编辑完成整个出版过程。无论从内容，还是从读者对象来看，学术出版的专业化程度较高，且具有明确的服务对象，市场细化显著。不仅如此，学术出版的内容不断增加和发展，品牌建设效果十分明显，盈利能力较为突出。

从知识服务的本质来看，它必须以大量的、系统的、高价值的信息内容为基础，通过深度挖掘、转化、标引、语义关联信息内容，使处于不同场景下的各个用户的多样化、个性化知识需求得到满足。换句话说，知识服务是根据用户个性化需求而提供的系统的、多样化的解决策略，事实上，它为用户提供了有效的决策工具。

首先，学术出版单位在提供知识服务时具有不可多得的专业优势，随着相关技术的飞速发展以及用户知识需求不断提高，学术出版单位在不久的将来一定会朝着知识服务的方向转型；其次，专业化的知识服务必须以海量的、系统的专业化知识信息为前提条件，而学术出版单位拥有海量的、权威的、系统的专业知识信息，它具备提供专业知识服务的天然条件。基于此，学术出版单位一定会在专业知识服务领域扮演更加重要的角色。

1.2 知识服务的特征

1.2.1 知识服务是以用户为中心的服务

知识服务的主要功能是使用户的知识需求得到满足。在知识服务中，起导向作用的是用户体验，主要目标是通过满足客户的知识需求，进而使用户的满意度得到提升。知识服务的提供过程要伴随着关注用户参与服务的过程，同时还要根据用户实际需求创建相应的场景，使用户潜在需求得到满足。

1.2.2 知识服务是面向解决方案的服务

知识服务的过程是通过利用多个方面的支持，从而解决用户问题的过程，主要目的是帮助用户了解问题、分析问题，发现、提出解决方案，并对相关信息进行关联、整合以及推送，使用户明确合理的目标，同时，还要以用户需求变动情况为依据，对信息进行重新筛选和组织，为用户提供动态化知识，帮助用户解决问题。

1.2.3 知识服务是满足用户个性化需求的服务

知识服务要以用户个性化需求为依据，帮助用户解决不同的问题，满足他们的个性化需求。由于用户特征以及所面临的问题不同，因此，所需要的解决问题的方案也不可能完全相同。因此，知识服务要从用户需求出发，结合用户个人偏好，选择与用户实际情况相符合的服务方式，为用户提供动态的、恰当的服务。

1.2.4 知识服务是有层次的服务

知识服务具有层次性，指的是从用户不同层次的知识需求出发，为其提供不同层次的产品和服务。用户知识需求主要包括三个不同层次：一是用户没有意识到的需求；二是用户意识到，但并没有清晰意识到的需求；三是用户已经清晰意识到的需求。满足用户不同层次的知识需求，可以为用户带来不同的价值，但这一过程中所需要的资源以及其他成本也存在显著差异。

1.3 专业领域知识服务

学术出版的用户需要精准的信息内容，尤其需要权威的、科学的、系统的知识信息，因为其用户一般是某一领域的专业人员。随着信息内容的复杂化、丰富化，对信息内容的专业化分类和整理就显得尤为重要。

随着多年来的发展，学术出版单位积累起海量的、科学的数字资源，它们经过特定的加工可以在较短时间内转变为知识。积累了丰富的知识资源并不一定能够提供知识服务。如档案馆、图书馆、情报中心等尽管已经基本完成了信息资源的数字化，具备了海量的知识资源，可是绝大多数资源没有被消费，之所以出现这一现象，主要原因是这些机构没有在考虑用户需求的基础上为其提供产品和服务。知识服务的重点并非是否为用户提供了所需求的信息，而是所提供的信息是否有助于用户解

决问题。因此，知识内容要与专业领域的用户工作活动相结合，满足用户的专业化、个性化需求。举例来说，为科研人员提供的数据、文件服务要满足科研人员进行科研立项、实验研究的需求，为医生提供的循证检索服务要满足医生的临床诊疗需求等。

学术出版单位的知识服务首先需要对权威的、有代表性的专业知识内容资源进行收集和整理，通过深度挖掘、语义关联、标引、碎片化等手段来处理内容资源。同时，与专业领域的各种需求相结合，从智力的角度支持国民经济中的各种活动的顺利进行，满足进行科技创新活动时的知识需求。

2. 知识服务模式的现状

国家新闻出版广电总局于 2015 年出台了《关于确定专业数字内容资源知识服务模式试点单位的通知》，并确立了 28 家试点出版单位，这充分说明学术出版的数字化转型经历了数字出版流程再造阶段、专业资源库建设阶段之后，正在朝着专业知识资源服务平台建设的方向发展。

受国家政策引导的影响，我国部分出版单位开始探索创建专业知识服务模式，并且受知识经济时代来临的影响，部分互联网公司也开始通过资本利用创新知识服务模式。根据知识服务模式的交互程度的差异，可以将其划分为如下三种：

2.1 网络专职顾问服务模式——端对端模式

处于端对端服务模式中的知识服务方组建专门的顾问团队，对客户需求展开全面分析，确保知识服务满足客户需求，知识服务提供方与需求方共同参与到这一过程中，双方实现端对端交流，提升客户满意度。

猪八戒网便采用了这一服务模式，首先，服务需求方在网上发布自己需要解决的问题，然后以悬赏为手段得到多种方案，并挑选出中意的方案；接下来通过速配，根据服务需求方的要求在网上寻找合适的服务提供方，并由服务提供方提供一对一服务。隶属于知识产权出版社的“来出书”平台便是一家提供自助图书出版服务的互联网社交平台，该平台服务对象主要是有出版需求的作者，不仅向其提供全流程出版服务，而且向其提供图书推广服务。

2.2 数字化参考咨询服务模式——问答模式

问答模式的主要特点是为用户进行有针对性的解答。服务提供方以人工智能技术为支撑，根据用户提出的问题进行个别解答，使用户获得有针对性的知识和信息。

知乎便是一家采用问答模式的知识共享平台，同时，它也是全国影响力比较大的一个网络问答社区。知乎平台将各个行业以及专业领域的精英人士集中在一起，他们通过问答的途径分享自己的经验、观点以及专业知识。从主观角度来分析，这一模式属于知识分享，从客观角度来分析，这一模式导致知识服务出现。由人民交通出版社股份有限公司建设的航海技术 e 问 e 答平台便采用了问答模式，它通过问答形式组建起航海技术知识结构，解答航海技术专业问题，建立起集理论与实操案例于一体的问答数据库系统，从而满足船员的学习需求和工作需求。

2.3 自助服务模式——知识库模式

知识库模式建立在汇总、分类老客户的知识需求以及服务经验的基础上，将层次较低并且存在重复的需求汇总在一起，并以相应的技术手段为支撑，为客户提供标准化服务方案，解决客户问题。另外，客户还可以通过自助的形式获得知识服务。

同方知网行业知识库采用了“平台 + 数据”模式，利用知网的学术资源数据，对综合管理机构所出版的不同类型的知识成果进行整理和汇总，从不同维度、不同层面出发对其进行展示和聚合，使用户可以获得一站式自助知识服务。由电子工业出版社建设的“E 知元”便采用了这一模式，该平台选择加工处理电子技术类专业图书，使其知识化和结构化，并将知识转变为知识地图、知识导航、知识束等形式，从而为用户提供大量的阅读内容，便于用户学习专业知识和技能。

从当前来看，以上三种服务模式处于刚刚起步的发展阶段，尚未完全体现出各模式的盈利水平，但是在知识经济的背景条件下，知识消费市场展现出广阔的发展前景。

3. 学术出版单位实现知识服务转型的路径

知识服务模式要与明确的实现路径保持一致，不能存在矛盾关系，学术出版单位无论采用哪种知识服务模式，都必须做好需求、内容、技术和营销四个层面的工作。

3.1 创建需求场景，优化用户体验

有效的知识服务应该建立在用户需求的基础上，确定服务内容和选择服务手段时都要力求提升用户满意度。换句话说，知识服务的前提条件是准确了解用户需求，只有掌握用户需求才能更好地实现未来发展。

3.1.1 发现需求

当用户处理业务与学习专业知识同时进行时便达到了知识服务的最高水平，它使特定的人群在特定的时间恰到好处地学会了自己所需要的知识。一般在 ERP 或 OA 模块中出现这些工作场景，对员工的工作场景进行综合分析判断，最后自动为员工推送所需要的知识。基于此，出版机构要对工作在不同岗位上的员工工作场景和学习习惯进行系统分析，设法将知识与工作流程、工作场景结合在一起，为员工推送符合本人需求的知识产品，最终实现知识服务与员工工作和学习的密切结合。

3.1.2 创造需求

当用户对自己需要的知识服务形成清晰的认识时，用户便可以通过搜索、向专家提问等方式寻找解决问题的办法，可是却对“不清楚自己需要什么”的内容无能为力。学术出版单位要对用户表达出的关于知识需求的零零星星的信息进行分析，然后利用知识服务系统选择与用户需求相关的专业知识，在此基础上创建工作场景和知识图谱，帮助用户将需求信息准确地表达出来，从而对用户需求形成更为清晰的认识，为用户提供最有效的知识服务。

3.2 加大知识管理力度，实现知识结构优化

对出版行业来说，知识内容是其核心价值的体现，而学术出版行业体现最为明显。在笔者看来，纸质出版和数字出版都是通过内容来体现它的价值，不管传播载体是否发生变动，也不管时代朝着哪一方向发展，内容都处于不可撼动的重要地位。

3.2.1 面向用户的知识资源集成

学术出版构建知识体系时一般始于信息采集，要充分利用行业发展中所积累的作者资源和内容资源，最大限度地发挥二者的优势，将内部资源进行知识化处理之后结合外部资源；另一方面，要立足于满足用户需求，为用户提供与生产创新活动相对应的知识服务。

3.2.2 专业、权威的知识体系搭建

知识体系由主题以及与主题相关的知识内容组建在一起，其中包括操作流程类知识、事实概念类知识、专业领域知识等。要想提供优质的知识服务，就必须建立起权威的、全面的、专业化的知识体系，它与内容资源共同组成学术出版机构的高价值资产。知识体系可以将碎片化知识联系在一起，引导用户获得知识，并对知识形成更深刻的理解，从而使用户可以获得系统的知识服务。

3.2.3 基于主题词的知识标引

学术出版单位要标引内容资源，这样才能对内容资产进行有效管理，才能使专业化内容资源实现结构化和数字化。检索必须以标引为前提条件，标引不仅能将文献关键信息体现出来，还能使检索成为可能，如果标引错误，那么精准检索就会无从谈起。学术出版单位进行标引时要注意使用规范化主题词，尽量避免少标、漏标，也要尽量不出现重复标引或过度标引；另外，标引深度要恰当。

3.2.4 知识资源的迭代与创新

知识资源评价结构将直接影响到知识内容的调整和更新，通过深入挖掘存储的信息内容，实现知识创新，再将其整理纳入知识库，从而为知识消费提供有力支持，然后再评价知识利用结果，如此循环往复，由此构建起动态的、循环的知识服务体系。

3.3 利用信息技术打造服务平台，扩展发展空间

提供有效的知识服务离不开智能化信息处理技术平台的支持，知识服务过程中的知识资源的共享、交易以及合作都在专业信息技术平台上才能实现。另外，集成化技术以及多媒体技术的提高，使计算机以及移动终端的功能进一步增加，使其具备多种媒体功能，可以对符号、文字、图像等媒体进行处理，最终使出版单位向用户提供优质知识服务。包括检索技术、数据挖掘和推送技术、大数据技术、数据存储技术、物联网技术在内的新技术的发展使信息的搜集、整理、传输和应用效率进一步提升，因此，客观来讲，信息技术的提高为出版单位提供知识服务，提供物质支持。

3.4 利用行业资源优势，打造知名品牌，提升服务质量

很多学术出版单位与行政主管机构之间联系密切，并且行政主管机构为学术出版单位的发展提供了很大的支持。学术出版单位的主要特征是服务于行业发展，每一个学术出版单位在自身发展中积累起庞大的用户群体，并打造形成知名品牌，建立起良好的市场销售体系，从而能够将优质的知识产品精准推送给有需求的用户。

无论对哪一个行业来讲，知识服务都属于新生事物，了解该事物以及熟悉该事物不可能在极短时间内完成。在传统出版业基础上形成的营销体系可以有效降低推广成本，同时也可以降低推广难度，便于精准定位目标用户。从另一角度来看，学术出版单位可以向行业行政主管机构提出关于知识服务项目课题的申请，要求参与到内容资源的整合以及构建专业知识体系中。

我国大部分出版单位的知识服务水平较低，出版企业知识服务水平之间存在较大差距，尤其在资金、理念以及制度体系等方面落后。但是我们也应该看到，有些出版单位已经制定了知识服务发展战略，并按照该战略推动知识服务朝着更为成熟的方向发展。尽管这条发展之路可能会出现诸多障碍，但应该坚信，学术出版单位的知识服务一定会发展得越来越好。媒

参考文献

[1] 任萍萍．“双一流”驱动下高校图书馆学科知识服务能力体系建设研究 [J]. 情报科学，2019，37（12）：93-97.

[2] 李仪．大数据下个人信息共享的风险及其知识治理对策 [J]. 管理现代化，2019（6）：79-82.

[3] 唐毅，高燕．基于知识网格的高校图书馆知识服务绩效评价 [J]. 图书馆学刊，2019（11）：40-45.

[4] 李静．面向创新创业活动的高校图书馆知识服务研究——以内蒙古师范大学青年政治学院图书馆为例 [J]. 图书馆学刊，2019（11）：100-104.

[5] 李仪．大数据下个人信息共享的风险及其知识治理对策 [J]. 管理现代化，2019，39（6）：79-82.

[6] 耿海英．知识付费变革期传统出版业数字转型的路径探析 [J]. 出版广角，2019（20）：38-40.

（作者单位：中国人民大学信息资源管理学院）